

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: X2009156248

UDC _____

厦门大学

硕士学位论文

社会关系对创业企业成功的影响研究

——基于“创业五行模型”的案例分析

Impact Research of Guanxi on the Success of New Ventures
—Case Analysis Based on the Theory of “Entrepreneurial
WUXING Model”

刘贵贤

指导教师姓名: 唐炎钊教授

专业名称: 工商管理(EMBA)

论文提交日期: 2013年3月

论文答辩日期: 2013年 月

学位授予日期: 2013年 月

答辩委员会主席: _____

评阅人: _____

2013年3月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘 要

本文围绕“社会关系→资源获取→创业成功”的主线对本文论题“社会关系对创业企业成功的影响”进行分析研究。在理论模型的构建上运用了演绎法（从一般性事理推导出个别性结论）论证了创业过程所需的关键资源需要通过社会关系网络获取；在案例分析上运用了归纳法（从个别性结论归纳出一般性事理）论证了创业者个人通过各自的社会关系网络获取关键创业资源，进而影响了创业的成功。

本文共分六大部分展开对论题的研究和分析：

第一章是绪论部分，包括研究背景、研究意义、研究思路、技术路线、结构安排，理论和方法的创新，同时对相关概念进行了界定。

第二章是文献综述部分，首先回顾和阐述了“关系”的概念和内涵，中国传统文化对社会关系的影响，当代人际关系的新特点，其次回顾和阐述了“创业”的概念和内涵，成功创业者的共同特征，以及围绕创业机会、创业资源、创业环境等要素对创业过程进行了全面的分析，再次根据有关文献对“火→土→金→水→木→火”的五行理论进行了综述，洞悉其内在的循环相生关系。

第三章是理论模型和研究框架部分，提出了“社会关系→资源获取→创业成功”的“创业五行模型”理论，并对该理论的研究框架进行了分析，揭示了“创业成功离不开社会关系”的内在机理。

第四章是研究方法与设计部分，主要说明本研究采用的方法及其有效性、可信度。

第五章是案例分析部分，主要描述了案例公司创业核心人员在公司发展的不同阶段上和关键事件上的社交活动，分析和讨论了他们是如何利用各自的社会关系网络顺利完成了整个创业过程，从而揭示了“社会关系影响了创业成功”的内在机理。

第六章是研究结论部分，同时提出了一些建议、局限性及展望。

关键词：社会关系；创业企业；五行模型

ABSTRACT

This paper focuses on the main line of "Guanxi → Access to Resources → Success of New Ventures" to analyze the article topic "Impact Research of Guanxi on the Success of New Ventures". On the theoretical model, it uses the deductive method (the individual conclusions derived from the general common sense) and demonstrates the entrepreneurial process required resources need to be obtained through a network of social relations; In the case analysis, it uses the inductive method (from the individual conclusions to summarize general common sense) and demonstrates the individual entrepreneurs access to critical entrepreneurial resources through their own network of social relations, thereby affecting the success of the new ventures.

This paper is divided into six parts to research and analyze on the theme:

The first chapter is the introduction, which includes the research background, significance, methodology, technical route, framework of the research, theory and methods of innovation, while some related concepts are defined.

The second chapter is the literature review. Firstly, reviewed and elaborated the concept and content of the "Guanxi", the impact of Chinese traditional culture on social relations, the new features of contemporary interpersonal relationships. Secondly, reviewed and elaborated the concept and content of the "entrepreneurship", the common characteristics of successful entrepreneurs, as well as the comprehensive analysis of the entrepreneurial process by focusing on entrepreneurial opportunities, entrepreneurial resources, entrepreneurial environment and other key factors. Thirdly, reviewed the theory of "Chinese WUXING" (Fire → Earth → Gold → Water → Wood → Fire) in accordance with the relevant literatures, insight into its inner circle mutual relationship.

The third chapter is the theoretical model and research framework, proposed the theory of "Entrepreneurial WUXING Model" which composed of "Chinese Guanxi → Access to Resource → Success of New Ventures", analyzed the research framework of the theory, and revealed the internal mechanism of "the Success of New Ventures can not be separated from Chinese Guanxi".

The fourth chapter is the research methodology and design, mainly explains the study methods and their effectiveness and credibility;

The fifth chapter is case analysis, mainly described the social activities of entrepreneurial core staff in different development stages and on key events, analyzed and discussed how they use their own network of social relations to successfully complete the entire entrepreneurial process, and then revealed the internal mechanism

of "Chinese Guanxi affects the Success of New Ventures".

The sixth chapter is the conclusion, at the same time, put forward some suggestions, limitations and prospects.

Key words: Chinese Guanxi; New Ventures; WUXING Model

厦门大学博士论文摘要库

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 理论反思.....	1
1.1.2 现实困惑.....	2
1.2 研究意义	3
1.2.1 理论意义.....	3
1.2.2 实践意义.....	4
1.3 相关概念的界定	4
1.3.1 社会关系.....	4
1.3.2 创业企业.....	6
1.3.3 创业成功.....	6
1.3.4 五行模型.....	9
1.4 研究思路、技术路线、结构安排	10
1.4.1 研究思路.....	10
1.4.2 技术路线.....	11
1.4.3 结构安排.....	11
1.5 本研究的理论和方法的创新	12
1.5.1 理论创新.....	12
1.5.2 方法创新.....	13
第 2 章 文献综述	14
2.1 关系理论研究综述	14
2.1.1 关系的概念和内涵.....	14
2.1.2 关系的分类.....	17
2.1.3 关系的影响前因和结果.....	18
2.1.4 人际关系演变和特点综述.....	19
2.1.5 关系对企业的影响研究综述.....	21
2.2 创业理论研究综述	24

2.2.1 创业的概念和内涵.....	24
2.2.2 创业者的特征和素质.....	25
2.2.3 创业机会的识别.....	27
2.2.4 创业资源的内涵.....	28
2.2.5 创业过程理论分析综述.....	31
2.3 五行的特性和相生相克关系	34
2.3.1 五行的特性.....	35
2.3.2 五行的相生相克关系.....	35
2.4 本研究切入点	37
第 3 章 理论模型与研究框架	38
3.1 创业五行模型	38
3.1.1 创业过程五阶段模型.....	38
3.1.2 关键创业资源的构成.....	40
3.1.3 创业精神的组成要素.....	41
3.1.4 社会网络的构成要素.....	43
3.1.5 创业五行模型.....	45
3.2 研究命题与框架	48
3.2.1 研究命题的提出.....	48
3.2.2 理论命题的框架.....	52
第 4 章 研究方法与设计	53
4.1 研究方法	53
4.1.1 逻辑推理方法.....	53
4.1.2 案例研究方法.....	54
4.2 研究设计	55
4.2.1 案例选择.....	55
4.2.2 资料收集.....	56
4.2.3 数据分析.....	57
第 5 章 案例分析	58

5.1 案例概况	58
5.1.1 公司的成立背景.....	59
5.1.2 公司的组织架构.....	60
5.1.3 公司的管理团队.....	62
5.1.4 公司的发展历程.....	63
5.1.5 公司的经营现状.....	66
5.2 案例分析与讨论	67
5.2.1 立项论证阶段的分析.....	67
5.2.2 个案实践阶段的分析.....	73
5.2.3 资源配置阶段的分析.....	78
5.2.4 模式扩张阶段的分析.....	82
5.2.5 完善提高阶段的分析.....	88
5.2.6 案例分析与讨论综述.....	93
第 6 章 研究结论、应用建议及展望	96
6.1 研究结论	96
6.2 应用建议	97
6.2.1 中国创业企业的现状及问题.....	97
6.2.2 创业中社会关系的合理利用.....	98
6.3 研究局限与展望	100
6.3.1 研究局限.....	100
6.3.2 研究展望.....	101
参考文献.....	102
致 谢.....	106

CONTENTS

Chapter 1 Introduction	1
1.1 Background of the Research	1
1.1.1 Theoretical Reflection.....	1
1.1.2 Reality confused.....	2
1.2 Significance of the Research.....	3
1.2.1 Theoretical Significance	3
1.2.2 Practical Significance.....	4
1.3 Definition of Related Concept.....	4
1.3.1 Guanxi.....	4
1.3.2 New Ventures.....	6
1.3.3 Success of New Ventures.....	6
1.3.4 WUXING Model	9
1.4 Technical Route and Framework.....	10
1.4.1 Research Methodology	10
1.4.2 Technical Route	11
1.4.3 Framework of Research	11
1.5 Theory and Innovations.....	12
1.5.1 Theoretical Innovations	12
1.5.2 Methodology Innovations	13
Chapter 2 Literature Review	14
2.1 Research Review about Guanxi Theories	14
2.1.1 Concept and Content of Guanxi.....	14
2.1.2 Classification of Guanxi	17
2.1.3 Impact Antecedents and Results of Guanxi	18
2.1.4 Research Review about Contemporary Chinese Interpersonal.....	19
2.1.5 Research Review about Guanxi Impacts on Enterprises	21
2.2 Research Review about Entrepreneurial Theories	24

2.2.1 Concept and Content of Entrepreneurship	24
2.2.2 Characteristics and Qualities of Entrepreneurs	25
2.2.3 Identification of Entrepreneurial Opportunities	27
2.2.4 Content of Entrepreneurial Resources	28
2.2.5 Review about Analysis of Entrepreneurial Process Theories	31
2.3 Characteristics and Relationships of WUXING	34
2.3.1 Characteristics of WUXING	35
2.3.2 Mutual Relationships among WUXING	35
2.4 Breakthrough Points of the Research	37
Chapter 3 Theoretical Model and Research Framework	38
3.1 Entrepreneurial WUXING Model.....	38
3.1.1 Five-stage Model of Entrepreneurial Process	38
3.1.2 Composition of Key Entrepreneurial Resources	40
3.1.3 Key Elements of Entrepreneurship	41
3.1.4 Key Elements of Social Network	43
3.1.5 Entrepreneurial WUXING Model	45
3.2 Research Propositions and Framework	48
3.2.1 Research Propositions	48
3.2.2 Framework of Theoretical Propositions	52
Chapter 4 Research Methodology and Design	53
4.1 Research Methodology	53
4.1.1 Logical Reasoning Methods	53
4.1.2 Case Study Methods	54
4.2 Research Design	55
4.2.1 Case Selection	55
4.2.2 Data Collection	56
4.2.3 Data Analysis	57
Chapter 5 Case Analysis.....	58

5.1 Case Profiles	58
5.1.1 Establishment Background of the Company.....	59
5.1.2 Organizational Structure of the Company	60
5.1.3 Management Team of the Company	62
5.1.4 Development Course of the Company	63
5.1.5 Operating Status of the Company	66
2.2 Case Analysis and Discussion.....	67
5.2.1 Project Demonstration Stage of the Company	67
5.2.2 Cases Practice Stage of the Company	73
5.2.3 Resources Allocation Stage of the Company.....	78
5.2.4 Business Expansion Stage of the Company	82
5.2.5 Improvement Stage of the Company	88
5.2.6 Summary of Case Studies and Discussion.....	93
Chapter 6 Conclusions, Suggestions and Future Research	96
6.1 Conclusions of the Research.....	96
6.2 Suggestions of the Research	97
2.2.1 Status and Problems of Chinese New Ventures	97
2.2.2 Rational Use of Guanxi in Entrepreneurial Process	98
6.3 Limitations and Future Research.....	100
2.3.1 Limitations of the Research	100
2.3.2 Future Research	101
References	102
Acknowledgement	106

第1章 绪论

1.1 研究背景

1.1.1 理论反思

目前的管理学和经济学没能真正地把“关系”与“创业”有机地联系起来指导创业实践。

国内外许多学者在研究“创业管理”的理论中,多数围绕着“创业者”或“创业团队”的“创业意识”、“创业精神”、“创业文化”、“创业能力”;“创业环境”中的“创业机会”、“创业资源”;以及“创业导向”、“创业营销”、“创业规划”与“创业融资”等等。可能是因为“关系”(Guanxi)隐藏于创业者个人或创业企业背后的缘故,也可能是因为“关系”这个指标很难用现有的科学方法去量化的缘故,目前的管理学和经济学没能真正地把“关系”与“创业”之间有机地联系起来。雷宏振、刘书兵(2009)在“基于Guanxi的关系度及其对组织知识共享的影响研究”一文的“Guanxi度概念框架”中,也只是提到了“Guanxi-深度”和“Guanxi-广度”。尽管从20世纪80年代以来,有不少社会学和心理学方面的学者介入了这个领域的研究,但也未能把中国的“社会关系”(Chinese Guanxi)同“创业成功”(Success of New Ventures)之间有机地结合起来,只是比较抽象地描述了诸如“.....的成功之道”或“.....的赚钱方法”等等,或者只是说了“人际关系”、“人脉”、“关系网”等等很重要。例如,中石(2011)用了大量的篇幅去描述和说明“一个人要想聚财,就先要聚人;若是有了人气,自然会有财气”,“你有多强的人脉,你就有多大的机遇,你也就能成就多大的事情”。

^[34]文中同时还提到了不少“与各种人保持良好的关系”的技巧。一句话觉得“我们就是应该好好做人、好好搞关系”。但是“关系”在哪些地方会表现得尤其重要,在创业的不同阶段需要怎样的关系去获取何种关键资源,而不是滥用关系,才能促进创业企业的良性运转,这方面的参考文献还是鲜为人知。

目前大部分学者在“关系”和“创业”的理论上都相对脱节,或者重“关系”轻“创业”,或者重“创业”轻“关系”。基于上述的理论反思,本人希望聚焦于

一个核心问题的两个方向：一是正向。创业者的“社会关系”在创业过程中的不同阶段是如何获取关键创业资源去解决企业所面临的核心问题，最终达成“创业成功”的——本研究的案例分析方法。二是反向。在“创业成功”的不同阶段所需要的关键创业资源是如何离不开创业者的“社会关系”的——本研究的理论模型构建。这些正是本论文试图研究的主题。

1.1.2 现实困惑

许多人由于没能合理利用社会关系，在准备创业或创业过程中，往往缺少必要的关键创业资源（资金、项目、人力、客户、环境等）而创业失败。

在日常生活和工作当中，我们经常会听到类似这样的话：“我有个好项目，就是不知往哪里找钱去？”，“我手里有些闲钱，就是不知干什么好？如今放在银行也贬值！”，“我看好那个项目，资金也不缺，可是我自己不会呀？”，“公司以前好好的，最近业绩不断下滑，看来我们的年终奖又泡汤啦，都怪我们运气不好！”，“近期大势不好，我们公司正准备裁员，大家小心为妙，别轮到自己的头上了。”……上述的几个问题，通常人们都很容易体会到他们在准备创业或创业过程中，可能缺少如下一项或几项：资金资源、项目资源、人力资源、客户资源、环境资源。尽管绝大多数创业者能够意识到这些问题，但是他们不知道如何解决这些问题，或者他们面对这些问题已经无能为力了。究其原因，是什么东西在影响和制约着他们创业成功呢？所需的这些关键资源是靠什么来获取和整合的呢？

“30 岁前赚钱靠专业，30 岁后赚钱靠人脉”，“做生意要学会与他人搞好关系”，“打通了人脉，财路自然就通了”。^[1]这里提到的“人脉”，实际上就是人与人之间的关系，即“人际关系”。专业是成就事业的一把利刃，可是有的时候，纵然你的专业很优秀、技能很突出，但总会有那么一个阶段，你的事业再难取得大的突破，而你自己也会渐渐感到力不从心，这就遇到了事业发展的瓶颈，其实这个瓶颈并不难突破，只是你缺少人脉而已。人脉是世界上最奇妙的东西，在打造优秀自己的同时，更要建立起一个人脉账户。现在接触的大人物或是小人物都有可能变成以后影响我们成败的因素。美国斯坦福研究中心的研究表明：“一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自关系。”一个人能否成功，不在于你知道

什么 (what you know) 而在于你认识谁 (whom you know)。^[1]可见, 创业者的这种“关系”的加深和拓展, 对创业成功有多么重要的影响。

回顾刚才那些司空见惯的话题, 很多人在交际上表现得比较被动, 不少人以为自己的专业水平高、技能也不错, 就有点“傲气”, 不主动与他人接触, 广交朋友, 以为自己先“问候”, 就是“低人一等”。在现实中虽然表现得没那么明显, 但这些骨子里的特征将会直接影响到创业者的事业成败。其实, 要解决这些资源(资金、项目、人力、客户、环境等等)匮乏问题, 其中行之有效的方法就是: 为自己打造良好的关系网 (Guanxi Wang)。中国人有许多至理名言可以告诉我们这个道理, 如我们常说的“朋友多了路好走”、“一个篱笆三个桩, 一个好汉三个帮”、“在家靠父母, 出门靠朋友”, 等等。这些至理名言尽管说法不同, 但其内涵却都是相同的。^[2]可见人际关系的重要性, 作为创业者, 在经营自己的公司时, 就需要这样的一张关系网。这就是闲时勤“烧香”, 生意难时有人帮。正是为了解决我们在创业过程中的现实困惑, 本研究才把创业者的“社会关系”作为影响“创业成功”的重要因素来加以剖析。

1.2 研究意义

本论文是基于“创业五行模型”理论的视角, 谈及“社会关系”(Guanxi)与“创业成功”(Success of New Ventures)之间关系的。主要是从创业者个人如何利用自身的社会关系网络, 识别和利用机会, 获取所需的关键创业资源, 完成创业成功的五个阶段(即“创业五道关”), 同时提出该理论模型符合五行间的相生关系模型, 如果混淆了不同创业阶段的主次关系, 可能会致使企业受挫或失败。建议创业者在实际创业过程的不同阶段, 该如何运用社会关系发现商机, 获取何种关键创业资源, 从而指导创业者的创业实践活动。因此, 本研究对于丰富我国创业管理方面的理论和实践都具有十分重要的意义。

1.2.1 理论意义

一是把人们经常谈及的“关系”理论和“创业”理论联系了起来。在目前理论有些脱节的指引下, 有的人一旦意识到“搞关系”很重要, 就在平常盲目地花

金钱“拉关系”，花时间“乱交往”，其实这未必能得到正面的、积极的反馈。为什么大多数“关系网络”不奏效？原因至少有4个：（1）漫无目的；（2）目标模糊；（3）你毫无计划；（4）你的社交具有偶发性，易受外界影响。^[3]

二是运用“创业五行模型”理论可以把“怎样才算创业成功？”这一问题比较清楚地界定。目前对“创业成功”的定义众说纷纭，从整体观来看创业，可以发现整个创业过程，从项目选择开始到良性运转为止，可以划分为五大阶段：立项论证阶段、个案实践阶段、资源配置阶段、模式扩张阶段、完善提高阶段。无论是餐饮等传统行业，还是网络等新技术行业，创业者或迟或早都要经历这五个阶段，直到成功。^[4]这个理论也是本研究分析的逻辑起点。

1.2.2 实践意义

一是给创业者或潜在创业者长期敲响“打造良好的关系网”的警钟。成功的富人社交甚广，他们已经意识到社会关系才是最可宝贵的资产。很多公司对于其硬性资产的分析 and 评估都十分精明，这些资产包括存货、产品销售成本和股本回报率。未来的发展将体现在对软性资产的评估、分析和投资上，这类资产包括品牌、人脉和关系。为成功地实现我们的目标，我们必须寻找、构建、培养和利用社会关系。^[3]

二是使创业者或企业管理者在企业发展的不同阶段所面临的主要问题有较为清醒的认识。其实，不仅是创办企业，大到国家建设、经济发展，小到产品开发、客户关系，只要是开创性的工作，并希望持续发展，都遵循这样的一般规律：确定目标→具体实践→整合资源→迅速扩张→协调提高。^[4]这五个阶段在时间上可能会重叠或并行，但因主要的目的和需要解决的主要矛盾不同，所以可以相对独立地区分出来。关于这一点，对指导创业者的创业实践具有十分重要的意义，倘若能有效掌握和灵活运用，定能为创业者迈出成功的第一步奠定坚实的基础。

1.3 相关概念的界定

1.3.1 社会关系

由于中国社会具有传统性与现实性相结合的特殊性，要正确认识和理解中国

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库